

Wolling, Jens; Quandt, Thorsten; Wimmer, Jeffrey:

**Warum Computerspieler mit dem Computer spielen :
Vorschlag eines Analyserahmens für die
Nutzungsforschung**

Original erschienen in:

Quandt, Thorsten; Wimmer, Jeffrey; Wolling, Jens (Hrsg.): Die Computerspieler :
Studien zur Nutzung von Computergames. - Wiesbaden: VS, Verl. für
Sozialwiss., 2008, S. 13-21.

ISBN (print): 3-531-15085-5

ISBN (online): 978-3-531-90823-5

DOI: 10.1007/978-3-531-90823-6_1

URL: http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-90823-6_1

[Gesehen: 08.12.2015]

Warum Computerspieler mit dem Computer spielen

Vorschlag eines Analyserahmens für die Nutzungsforschung

Jens Wolling, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer

1 Computerspielen – ein Thema für die Kommunikationswissenschaft?

Computerspiele sind faszinierend – nicht nur für Kinder und Jugendliche, sondern auch für viele Erwachsene. ‚Gamer‘ findet man inzwischen in allen Altersgruppen, und entgegen dem populären Vorurteil des ‚Spielzeugs für männliche Jugendliche‘ lassen sich in der Nutzerschaft auch immer mehr Spielerinnen ausmachen. Doch warum verbringen so viele Menschen – ob jung oder alt – große Teile ihrer Freizeit mit Computerspielen? Was führt die *World of Warcraft*-Spielerin immer wieder zurück in die virtuelle Welt von Azeroth, warum treten jugendliche Shooter-Fans im Wettbewerb gegeneinander an, warum investieren voll im Arbeitsleben stehende Erwachsene große Teile ihrer Freizeit in allabendliches Konsolen-Spielen? Worin die Faszination liegt, die so unterschiedliche Gruppen erfasst hat – zur Beantwortung dieser Frage will dieses Buch beitragen. Die hier versammelten Autoren nähern sich dabei der Fragestellung von unterschiedlichen Seiten. Im ersten Abschnitt liegt der Fokus auf den theoretischen Erklärungen, im zweiten werden dann verschiedene Spielergruppen identifiziert und analysiert. Im dritten Teil geht es schließlich um die Präferenzen für bestimmte Computerspielgenres und um spezifische Spielweisen.

Computerspiele sind allerdings nicht nur für ganz unterschiedliche Spielergruppen attraktiv – sie sind auch für verschiedene Wissenschaftsdisziplinen (vgl. Klimmt in diesem Band) ein faszinierender Untersuchungsgegenstand. Die Kommunikationswissenschaft gehört zu den Disziplinen, die sich in den letzten Jahren – nach anfänglichem Zögern – verstärkt mit Computerspielen beschäftigt haben. Doch warum setzen sich Kommunikationswissenschaftler mit diesem Untersuchungsgegenstand überhaupt auseinander? Ist es wirklich sinnvoll, die Nutzung von Computerspielen zum Thema der Kommunikationswissenschaft zu machen – einer Disziplin, die sich vor allem der öffentlichen Kommunikation verschrieben hat (DGPuK 2001)? Lässt man sich von einer „Technikfaszination anstecken“, die verschleiert, dass man sich eigentlich nur mit Phänomenen auseinandersetzt, die man schon von „Brettspielen“ und „Spielhallen“ kennt, die aber gar nicht von kommunikationswissenschaftlichem Interesse sind und die man „in wenigen Jahren [...] banal“ finden wird (Brosius 2003, 47)?

Um diese Fragen zu beantworten, muss zunächst geklärt werden, ob die Nutzung von Computerspielen überhaupt etwas mit gesellschaftlich relevanter Kommunikation zu tun hat. Versteht man Kommunikation in Anlehnung an die grundlegende Definition von Weber als jene Form des sozialen Handelns, welches vom Handelnden mittels *Symbolen* sinnhaft auf das Verhalten anderer bezogen wird und sich an diesem Verhalten orientiert, dann lässt sich die Fragestellung konkretisieren und ausdifferenzieren. Drei Fragen sind zu beantworten:

- *Wer kommuniziert mit den Spielern?*
- *Handeln die Computerspieler mittels Symbolen, und um welche Symbole handelt es sich?*
- *Mit wem kommunizieren die Nutzer eines Computerspiels?*

Diese Fragen sollen im Folgenden zunächst beantwortet werden (Abschnitt 2), bevor auf dieser Basis ein heuristisches Modell des Computerspielens aus der Nutzungsperspektive entworfen wird (Abschnitt 3).

2 Computerspielen als kommunikatives Handeln

2.1 Wer kommuniziert mit den Spielern?

Die erste der oben genannten Fragen ist auf verschiedenen Ebenen zu beantworten, denn Computerspiele sind einerseits massenmediale Angebote, andererseits kann es sich bei ihnen aber auch um Plattformen zur Realisation interpersonaler Kommunikation handeln. Dass Computerspiele – bedingt durch ihr Interaktionspotenzial – sogar als eine ganz neue Form medienvermittelter Kommunikation verstanden werden können, die Alltagsleben und Identitätsprozesse stark beeinflusst, wird z.B. von Krotz in diesem Band diskutiert.

An dieser Stelle wollen wir uns zunächst auf den massenmedialen Aspekt konzentrieren, denn bei Computerspielen handelt es sich zuvorderst um massenmediale Angebote, weil hier wenige Kommunikatoren mit vielen Empfängern kommunizieren. Wie die Produzenten eines Kinofilms sind auch die Produzenten von Computerspielen als Kommunikatoren zu begreifen, die bei der Entwicklung des jeweiligen Angebots mit Hilfe von Symbolen – insbesondere grafischen Symbolen – Bedeutung herstellen. Sie beziehen sich bei der Entwicklung des Spiels auf den angestrebten und zu erwartenden Umgang der Spieler mit dem Medienangebot.

2.2 Handeln die Computerspieler mittels Symbolen, und um welche Symbole handelt es sich?

Die zweite Frage ist schwieriger zu beantworten. Die Nutzer des Spiels interpretieren die von den Entwicklern durch den Zeichengebrauch in die Kommunikationsangebote eingeschriebenen Bedeutungen und reagieren darauf im Spiel. Das tun sie, indem sie selbst Symbole generieren oder – wesentlich häufiger – indem sie aus einer Palette der vom Spielentwickler angebotenen Zeichen die aus ihrer Sicht geeigneten auswählen. Wenn beispielsweise in einer Simulationssoftware dem Spieler angezeigt wird, dass die Bewohner seiner virtuellen Stadt mit den ‚Lebensbedingungen‘ in dieser Stadt unzufrieden sind, dann hat der Spieler üblicherweise verschiedene Optionen, darauf zu reagieren: Er kann die Steuern senken, mehr Grünflächen bauen oder die Sicherheit durch mehr Polizei erhöhen. Er kann aber auch die Lebensbedingungen weiter verschlechtern, um Unruhen der Bürger zu provozieren.

All dies geschieht durch die Auswahl und Manipulation von Symbolen. Von diesen kommunikativen Handlungen und Reaktionen der Spieler erfährt der Spielentwickler

(Kommunikator) allerdings häufig wenig, was ihn aber nicht vom Produzenten eines Films oder den Machern irgendeines anderen massenmedialen Angebots unterscheidet. Denn Filmproduzenten oder Zeitungsmacher wissen oft wenig oder nichts von den unmittelbaren tatsächlichen Reaktionen der Nutzer. Vor allem bei Computerspielen im Singleplayermodus ist die Kommunikation der Spieler, die durch den Rückkanal den Entwickler erreichen kann, nur schwach ausgeprägt und beschränkt sich auf wenige, häufig ambivalente Verhaltensindikatoren (insbesondere das Kaufverhalten) und eingeschränkte Reaktionsmöglichkeiten (z.B. Brief/Emails an den Hersteller).

Wenn es sich allerdings um ein Online-Computerspiel handelt, ist das Potenzial des Rückkanals wesentlich größer. Vor allem ist eine deutlich breitere Palette an Nutzerhandlungen (Nutzungsdauer, Nutzungsaktivitäten) für die Kommunikatoren beobachtbar und interpretierbar. Andere Formen des Feedbacks (Email, Chat) sind insofern einfacher, als sie ohne Medienbruch vollzogen werden können. Betrachtet man Computerspiele also als massenmediale Angebote, dann entsprechen die Handlungsweisen von Machern und Nutzern zweifellos denen, die bei traditionellen Massenmedien zu beobachten sind.

Um von massenmedialer Kommunikation im oben genannten Sinne sprechen zu können, ist es übrigens nicht notwendig, dass die vom User verwendeten Symbole vom Kommunikator wahrgenommen werden (können). Es genügt, wenn der Nutzer (Spieler) so handelt, als ob die medialen Darstellungen ein reales soziales Gegenüber wären. In diesem Fall kann man von parasozialen Handlungen sprechen. Solche parasozialen Kommunikations-handlungen sind bei Computerspielen noch wahrscheinlicher als bei klassischen massenmedialen Angeboten. Einen Gegner ‚schonen‘ oder sich an ihm ‚rächen‘, die Spielfiguren ‚anschreien‘ oder sie ‚loben‘, all dies sind Beispiele für solche kommunikativen Aktionen.

2.3 Mit wem kommuniziert der Nutzer eines Computerspiels?

Computerspieler kommunizieren also, ähnlich wie die Nutzer eines ‚traditionellen‘ Massenmediums. Wenn ein Computerspiel von mehreren Gamern genutzt wird – und dazu ist nicht einmal ein Multiplayermodus notwendig – dann handelt es sich beim Computerspiel zudem um ein Medium der interpersonalen Kommunikation. Wenn beispielsweise ein Spieler A bei einem (rundenbasierten) Strategiespiel mit Hilfe der im Spiel vorhandenen Symbole (Text, Figuren, etc.) eine Spielhandlung vollführt, dann bezieht diese Handlung sich auf das vorherige und/oder zu erwartende Handeln des Gegenspielers B. Der Spieler B wird sich anschließend – ebenfalls mit Hilfe von Symbolen – auf die von Spieler A realisierten Handlungen beziehen und damit erneut kommunikativ handeln. Viele Onlinespiele bieten darüber hinaus die Möglichkeit unmittelbarer sprachbasierter Kommunikation per Chat oder VoIP (Voice over IP). Das Computerspiel wird damit sogar zu einem multimedialen, vielkanaligen Medienangebot der interpersonalen Kommunikation.

2.4 Computerspielen als öffentliche und öffentlichkeitsrelevante Kommunikation

Fasst man die obigen Antworten auf die Fragen nach dem kommunikativen Charakter des Computerspiels zusammen, so kann man konstatieren: Die Computerspieler kommunizieren – wenn man die Spiele als Massenmedien betrachtet – mit den Anbietern, und sie

kommunizieren – wenn man sie als Individualmedien betrachtet – miteinander. Die Symbole, die dabei verwendet werden, umfassen dabei potenziell das gesamte Repertoire verfügbarer Symbole. Dazu gehören Schriftzeichen ebenso wie Ikonen, Bilder und Emoticons, aber auch Töne bzw. gesprochene Sprache und mittlerweile auch symbolische Bewegungen bei der *Wii*-Konsole. Bei der Produktion, Verbreitung und Nutzung von Computerspielen handelt es sich also zweifellos um Kommunikationsprozesse. Zudem erfolgen die kommunikativen Aktivitäten der Spieleanbieter öffentlich und sie erfahren zum Teil auch große Aufmerksamkeit – man denke nur an die öffentlichen Debatten über ‚Killerspiele‘. Da schließlich sogar die Nutzung teilweise in einer spezifischen Form des öffentlichen Raums erfolgt (in Computernetzwerken), handelt es sich bei der Erforschung von Computerspielkommunikation zweifellos um einen zentralen Bereich der Kommunikationswissenschaft, denn nach eigenem Verständnis steht die indirekte, durch Massenmedien vermittelte ‚öffentliche Kommunikation‘ im Zentrum des Fachs (DGPuK 2001).

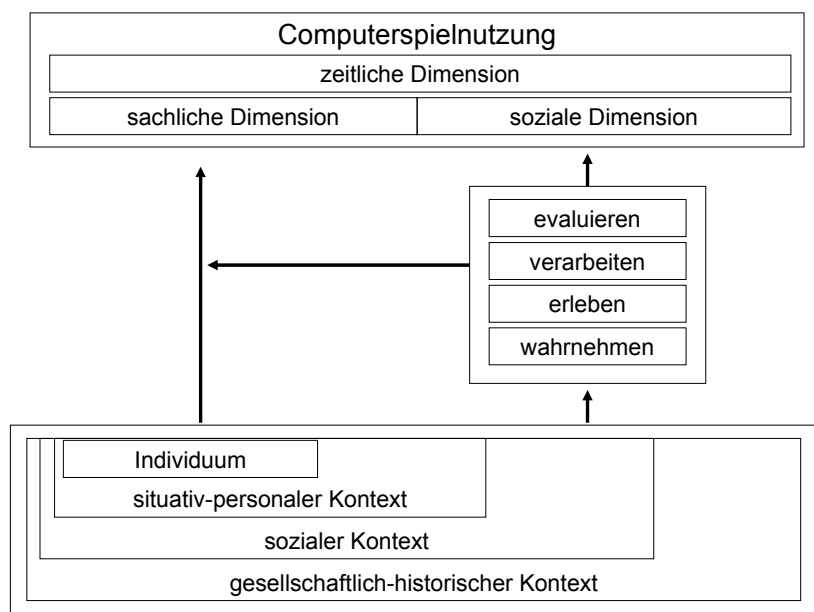
Die Beschäftigung mit Computerspielen ist also durchaus ein originäres Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft, aber handelt es sich dabei auch um ein wichtiges Feld? Die Relevanz eines wissenschaftlichen Gegenstandes lässt sich auf unterschiedliche Weise begründen: Die ökonomische Bedeutung, die große Verbreitung, schwerwiegende gesellschaftliche Auswirkungen, der praktische Nutzen sind denkbare Relevanzkriterien. Für die Beschäftigung mit Computerspielen und speziell für die Beschäftigung mit der Nutzung von Computerspielen werden einige dieser Gründe immer wieder genannt: Die Tatsache, dass die Computerspielindustrie mittlerweile mehr Geld umsetzt als die Kinobranche, dass insbesondere viele Jugendliche erhebliche Teile ihrer Freizeit mit Computerspielen verbringen sowie die befürchteten negativen Auswirkungen auf schulische Leistungen und das soziale Verhalten gehören zu den vielfach genannten Begründungen.

Ungeachtet dieser gesellschaftlichen Relevanzkriterien ist die Erforschung des Umgangs mit Computerspielen aber auch aus rein wissenschaftlicher Perspektive ein – sowohl in theoretischer als auch in methodischer Hinsicht – vielversprechendes Thema. Die oben umrissenen unterschiedlichen Varianten von Kommunikation, die bei der Nutzung von Computerspielen auftreten (können), machen Computerspiele zu einem komplexen und anspruchsvollen Untersuchungsgegenstand und stellen die Kommunikationswissenschaft vor neue Herausforderungen. Nicht nur die tendenzielle Auflösung traditioneller Trennlinien zwischen Massen- und Individualkommunikation, sondern auch die Multimedialität und die Interaktivität machen Computerspiele zu einem strategischen Forschungsobjekt, das es uns ermöglicht, einen Blick in die Zukunft der Kommunikationsgesellschaft zu werfen. Die dafür notwendigen methodischen Weiterentwicklungen, die theoretischen Innovationen und die in diesem Feld erzielten empirischen Forschungsergebnisse können für das, was uns auch in anderen Bereichen einer digitalen Medienzukunft erwartet, von geradezu paradigmatischer Bedeutung sein. Am Beispiel der Diskussion über die zunehmende Bedeutung von User Generated Content, zuletzt im Zusammenhang mit Web 2.0-Technologien geführt – lässt sich aufzeigen, dass bestimmte Gemeinschaften von Computerspielern in diesem Bereich als Zukunftswerkstätten begriffen werden können. Einen Einblick in eine solche Werkstatt gewährt zum Beispiel Behr in diesem Band, wenn sie die Mod-Szene eingehender analysiert.

3 Die Computerspieler aus der Nutzungsperspektive

Im Mittelpunkt dieses Bandes stehen die Computerspieler, nicht die Produzenten und auch nicht die Spiele selbst. Uns interessiert, was die Spieler mit den Computerspielen machen, d.h. wir betrachten die Spieler aus einer Nutzungsperspektive. Wir wollen herausfinden, wer welche Spiele auswählt und wie die Spiele genutzt werden. Vor allem geht es aber darum zu erkunden, warum die Spieler die unterschiedlichen Spiele nutzen. Dabei kommen zwangsläufig auch Wirkungsfragen in den Blick, denn die Nutzung der Spiele lässt die Spieler nicht unbeeinflusst. Begreifen wir die Beschäftigung mit Spielen als einen Rezeptionsprozess, dann sind nicht nur emotionale Effekte, sondern auch Wirkungen auf Kognitionen und Einstellungen zu erwarten und zu untersuchen. Ganz zentral sind zweifellos auch die unmittelbaren Auswirkungen auf das Alltagshandeln der Spieler, die sich allein schon durch die für das Spielen notwendige zeitliche Investition ergeben. Veränderungen im Zeitbudget sind dann wiederum für anschließende Nutzungsentscheidungen von Bedeutung und deswegen spielen sie in verschiedenen Beiträgen eine Rolle. Davon bleibt jedoch die grundsätzliche Ausrichtung dieses Buches unbeeinflusst: Es geht um die Erklärung der Nutzung, und nur am Rande werden Wirkungsfragen thematisiert.

Abbildung 1: Einflussfaktoren auf die Computerspielenutzung



Um einen Überblick über das so umrissene Forschungsfeld ‚Computerspielenutzung‘ zu gewinnen, ist es hilfreich, die relevanten Faktoren in einem Modell zu ordnen (vgl. Abbildung 1). Dabei sind drei grundlegende Elemente zu unterscheiden: Das zu erklärende Phänomen (abhängige Variable), die potenziellen Ursachen für das zu erklärende Phänomen

(unabhängige Variable) sowie die beteiligten Verarbeitungsprozesse, die als intervenierende Variablen interpretiert werden können. Das Modell wird genutzt, um die Forschung zur Computerspielnutzung zu systematisieren und die Beiträge des Bandes entsprechend zu verorten. Es ist aber so allgemein gehalten, dass es sich auch auf die Forschung zur Nutzung anderer Medienangebote übertragen lässt.

Zunächst zum Phänomen selbst, der abhängigen Variable ‚Computerspielenutzung‘: Nutzung ist ein mehrdimensionales Konstrukt. Drei zentrale Dimensionen lassen sich für die Beschreibung medienbezogener Nutzungsprozesse heranziehen: Die Sach-, die Zeit- und die Sozialdimension (Luhmann 1984).

Zentral ist dabei zunächst die Zeitdimension: Wann wie viel Zeit mit dem Medienangebot verbracht wird, ist die wohl erste und grundlegendste Frage jeder Nutzungsforschung. So wie die Fernsehforschung sich aber nicht nur für die Nutzungsdauer des Fernsehens allgemein interessiert, sondern auch für die Zuwendung zu einzelnen Programmen, Sendungstypen oder speziellen Einzelsendungen, so sind auch bei Computerspielen Differenzierungen vorzunehmen. Deswegen werden auf der Sachdimension die Eigenschaften der Spiele unterschieden. Dazu gehören beispielsweise das Genre (Shooter, Rollenspiel, Managerspiel etc.), die Eigenschaften der Grafik (fotorealistisch, ikonisch-abstrakt, surreal etc.), der Handlungsrahmen (Sportwettkampf, Krieg, Familiengründung etc.).

Anders als bei den meisten anderen Medienangeboten ist auch die soziale Situation der Nutzung nicht nur eine wichtige Randbedingung, sondern eine zentrale Beschreibungsdimension: Besonders deutlich wird dies, wenn man die grundlegende Unterscheidung von Singleplayer- und Multiplayernutzung betrachtet.

Aspekte der Zeit-, Sach- und Sozialdimension sind für die Beschreibung unverzichtbar, sie bieten darüber hinaus aber auch Erklärungsangebote. Das gilt insbesondere für die Sach- und Sozialdimension. Man verbringt Zeit mit einem Spiel, weil es bestimmte Eigenschaften hat, und man verbringt Zeit damit, weil man es mit anderen spielen (Multiplayer) oder sich dabei zurückziehen kann (Singleplayer). Und selbst die Zeitkomponente ist eine mögliche Erklärung für die Zeitverwendung: Spieler verbringen Zeit mit einem Spiel, weil es möglich ist, damit auf angenehme Weise die Zeit zu verbringen.

Wenn man nach weiteren potenziellen Ursachen für die Nutzung sucht, dann findet man diese angeordnet auf einem Kontinuum zwischen Individuum und Gesellschaft. Im Modell wird dieses Kontinuum durch vier ‚Sphären‘ aufgespannt: Das Individuum, der situativ-personale Kontext, der soziale Kontext und der gesellschaftlich-historische Kontext. Die meisten Ansätze der kommunikationswissenschaftlichen Nutzungsforschung konzentrieren sich auf die Eigenschaften des Individuums. Traditionell werden dabei vor allem soziodemographische Merkmale wie Alter, Bildung, Geschlecht etc. betrachtet. Des Weiteren wird beispielsweise nach den Motiven, den Einstellungen oder den Emotionen der Nutzer gesucht, um deren Selektionsentscheidungen zu erklären. Bereits wesentlich seltener werden Persönlichkeitsfaktoren oder gar biologische Faktoren wie der Gesundheitszustand in den Erklärungsmodellen berücksichtigt.

Auch in diesem Band stehen die personalen Faktoren im Mittelpunkt der Forschung. Hartmann beschäftigt sich in seinem Beitrag beispielsweise mit der Wetteiferneigung und der Selbstwirksamkeitserwartung der Spieler, um deren Selektionsentscheidungen zu erklären. Motive spielen beispielsweise in den Studien von Lehmann et al. über Shooterspieler sowie Seifert und Jöckel zu *World of Warcraft* eine Rolle. Jenderek geht in seinem Beitrag über Mudder zusätzlich auch auf Persönlichkeitsmerkmale ein.

Der situativ-personale Kontext der jeweiligen Nutzungssituation wird zum einen durch die Person des Nutzers geprägt, zum anderen spielen jedoch in den konkreten Kommunikationssituationen auch gesellschaftliche Einflüsse eine Rolle. Die Entscheidung, sich am Nachmittag nach der Schule an den Computer zu setzen und virtuelle Abenteuer zu erleben, beruht sicherlich grundsätzlich auf den personalen Dispositionen. Wenn dann jedoch überraschend Freunde vorbeischauen, die gemeinsam etwas unternehmen wollen, oder die Eltern den Familiencomputer benötigen, um Einladungen für eine Geburtstagsfeier zu schreiben, dann können diese sozialen Einflüsse die Art und den Zeitpunkt der Nutzung deutlich beeinflussen. Dennoch bleibt festzuhalten, dass die jeweiligen Nutzungskontexte vom Individuum mitgestaltet werden können: Auf die Wahl des Ortes, den Zeitpunkt, die Anwesenden und die damit verbundenen Handlungsalternativen hat das Individuum beträchtliche Einflussmöglichkeiten.

In den meisten Nutzungsstudien wird der situativ-personale Kontext allerdings ausgeblendet. Zum einen liegt dies daran, dass die Nutzung zumeist auf einem höheren Abstraktionsniveau betrachtet wird – es geht nicht um einzelne spezielle Nutzungshandlungen, sondern um generelle Nutzungsmuster. Zum anderen sind die konkreten Nutzungssituationen methodisch schwer zu erfassen, denn die Computerspielnutzung (auch die in Netzwerken) findet überwiegend in privater Umgebung statt, zu der der Forscher normalerweise keinen Zugang hat. Der einzige zuverlässige methodische Weg, den situativ-sozialen Kontext zu erforschen, besteht jedoch in der Beobachtung der Nutzer beim Umgang mit dem Medienangebot. Diese methodische Vorgehensweise ist nur dann praktikabel, wenn die Nutzung des Medienangebots in einer öffentlichen Situation stattfindet. Bei Computerspielen ist dies teilweise der Fall, nämlich im Rahmen von LAN-Partys (vgl. Hepp & Vogelgesang in diesem Band). Hier lassen sich situative Faktoren identifizieren, die das Spiel beeinflussen, allerdings in einer sehr speziellen Situation, die kaum Rückschlüsse auf das sonstige Spielverhalten erlaubt.

Der soziale Kontext des Spielers ist die dritte Einflussosphäre, die im Modell unterschieden wird. Zum sozialen Kontext gehören die mittel- bis langfristig stabilen Lebensbedingungen, in denen sich die Mediennutzer befinden. Die Lebensbedingungen werden wiederum durch verschiedene Faktoren bestimmt: z.B. die Größe des Wohnorts und die damit verbundenen Freizeitmöglichkeiten, die Dichte und Homogenität des Beziehungsnetzwerkes, die Wohnsituation, die Arbeitsbedingungen und natürlich auch die Verfügbarkeit von Medien sowohl im Bezug auf die notwendige Hardware als auch im Hinblick auf die Verfügbarkeit bestimmter Inhalte und Programme. Bei der Analyse der Bedeutung des sozialen Kontextes kann auch die zeitliche Entwicklung der Bedingungen Berücksichtigung finden. Die sich im Zeitverlauf verändernden Lebensumstände sind in dieser Perspektive Faktoren der lebenslangen Sozialisation, die in Form allmählicher Anpassungsprozesse oder aber durch einschneidende Ereignisse (Wohnortwechsel, Eintritt ins Arbeitsleben, Heirat etc.) Veränderungen in der Lebensgestaltung hervorrufen, welche sich natürlich auch auf die Mediennutzung allgemein und das Computerspielen speziell auswirken können. In ihrem Beitrag verdeutlichen Grüninger, Quandt und Wimmer am besonderen Beispiel der älteren Spieler und ‚Spielesenioren‘ solche Interaktionsprozesse.

Da der soziale Kontext im Unterschied zu den situativen Faktoren eine größere Konstanz aufweist, kommt er bei der Analyse des mittelfristig stabilen durchschnittlichen Mediennutzungsverhaltens eher in den Blick und wird in Nutzungsstudien etwas häufiger berücksichtigt. Im Vergleich zur Bedeutung jener Erklärungsfaktoren, die in der Person des

Nutzers verortet sind, finden die Variablen des sozialen Kontextes in der bisherigen Forschung jedoch meistens nur eine eher geringe Beachtung. Daher loten die Studien von Klink et al. und Babayigit et al. die Bedeutung des sozialen Kontextes aus: Erstere untersucht die Nutzung von Computerspielen im Zusammenhang mit nicht-medialen Sportvorlieben der Spieler, während die zweite die Wechselwirkungen zwischen der Nutzung eines bestimmten Fußballmanagerspiels und der sonstigen fußballbezogenen Mediennutzung betrachtet. Auch in der Untersuchung von Lehmann et al. wird die Lebenssituation der Spieler und die strukturelle Kopplung zwischen Alltagswelt und Spielwelt betrachtet.

Das Soziale im Sinne eines Gemeinschaftserlebnisses beim Computerspielen analysieren im vorliegenden Band mehrere Autoren: Hepp und Vogelgesang widmen sich dem gemeinschaftlichen und Identität stiftenden Spielvergnügen im Rahmen von LAN-Spielen. Neuartige (virtuelle) Spielgemeinschaften werden in den Studien von Fritz am Beispiel der Browsergames sowie von Wimmer, Quandt und Vogel am Beispiel der Clan-Spieler thematisiert. Quandt und Wimmer können aufgrund einer repräsentativen Befragung der deutschen Onlinespieler sowohl Gemeinsamkeiten der Spielerschaft als auch Unterschiede zwischen einzelnen Spielergruppen aufzeigen. Die vielfältigen Ergebnisse verdeutlichen die starke soziale und medienkulturelle Einbettung der Computerspiele, die in der öffentlichen Diskussion oft verkannt wird.

Der gesellschaftlich-historische Kontext der Mediennutzung kommt nur in den Blick, wenn ein längerer Zeitraum oder unterschiedliche Gesellschaften betrachtet werden, wenn also eine internationale oder eine zeitliche Vergleichsperspektive eingenommen wird. Beide Untersuchungsanlagen – Längsschnittstudien als auch interkulturell vergleichende Studien – sind generell in der Kommunikationswissenschaft und speziell in der Computerspielforschung sehr selten. Obwohl es durchaus Hinweise darauf gibt, dass beispielsweise zwischen asiatischen und europäischen Computerspielerkulturen erhebliche Unterschiede bestehen, gibt es hierzu keine vergleichenden Untersuchungen. Auch der vorliegende Band kann dieses Defizit nicht schließen. Immerhin werden in einem Beitrag von Wolling einige grundlegende Daten der Computerspielnutzung über einen etwas längeren Zeitraum hinweg aufbereitet und damit der Blick auch auf den gesellschaftlichen historischen Kontext der Spielnutzung gelenkt.

Somit sind die wesentlichen Beschreibungsdimensionen der Nutzung und die wesentlichen Erklärungsbereiche umrissen und erläutert. Zwischen den vorgeschlagenen Einflussfaktoren und den jeweiligen zu erklärenden Nutzungsentscheidungen sind im Modell verschiedene Erlebens- und Verarbeitungsprozesse verortet. Je nachdem, welche Spielererfahrungen beim Spiel gemacht werden und wie diese verarbeitet werden, ist zum einen damit zu rechnen, dass der Rezeptionsprozess modifiziert wird, zum anderen ist aber auch zu erwarten, dass das Erleben direkte Effekte auf die Nutzung hat.

An einem Beispiel lässt sich dies verdeutlichen: Grundsätzlich ist zu vermuten, dass starke Nutzungsmotive zu einer hohen Nutzung von Computerspielen führen. Durch das Spielerleben kann ein solcher Zusammenhang aber relativiert werden: Wenn ein Spieler sich mit einem Computerspiel beschäftigt, um Abstand vom Alltag zu gewinnen, die Anforderungen des Spiels ihn aber überfordern und er keinen Spielerfolg hat, dann ist damit zu rechnen, dass er das Spiel wahrscheinlich nicht weiterspielt. Wenn er hingegen erfolgreich spielt, ist gegebenenfalls sogar mit einer Ausdehnung der Spielzeit zu rechnen. Das Spielerleben modifiziert den Effekt des Motivs. Zum Kontrast denken wir uns einen anderen Spieler, der primär durch den Wunsch motiviert wird, in seiner sozialen Bezugsgruppe

Anerkennung zu gewinnen und deswegen häufig spielt. Dieser Spieler wird sich durch geringen Erfolg im Spiel vermutlich nicht so schnell abschrecken lassen und möglicherweise seine Nutzung sogar erhöhen, um erfolgreicher zu werden. Wenn der Spieler hingegen erfolgreich wäre, würde er evtl. sogar die Nutzung verringern, weil ihm die Anerkennung auch ohne viel Üben sicher wäre. Darüber hinaus ist aber auch ein unmittelbarer Effekt des Spielerlebens plausibel, denn – um beim Beispiel zu bleiben – insgesamt betrachtet ist sicherlich zu erwarten, dass ein positives Spielerleben die Nutzung eher befördert als hemmt.

Erlebens- und Verarbeitungsprozesse werden im Beitrag von Wünsch und Jenderek theoretisch erörtert. Im Mittelpunkt steht dabei das Unterhaltungserleben. Empirisch wird das Spielerleben von Seifert und Jöckel sowie von Jenderek untersucht. Die Autoren konzentrieren sich dabei in ihren Beiträgen – wie von Wünsch und Jenderek vorgeschlagen – auf eine spezifische Form des Unterhaltungserlebens, das so genannte ‚Flow-Erleben‘. In der Studie von Behr, Klimmt und Vorderer werden mehrere unterschiedliche Erlebensformen berücksichtigt und gezeigt, welche Effekte diese Erlebensweisen auf die präferierten Nutzungsweisen haben.

Anhand des vorgestellten Modells kann gezeigt werden, welche Bereiche in diesem Band und in der Forschung insgesamt intensivere, und welche nur eine randständige Beachtung erfahren haben. Damit soll nicht impliziert werden, dass alle Forschungsfelder gleich wichtig sind und gleiche Beachtung verdienen. Vielmehr soll das Modell als heuristisches Instrument zur Identifikation von offenen Fragestellungen und Defiziten dienen. Freilich wird durch die Strukturierung der hier vorliegenden Studien entlang dieser Heuristik aber auch deutlich: Trotz einiger noch bestehender Lücken ist der Beitrag der Kommunikationswissenschaft zur Erforschung des Phänomens Computerspiele durchaus beachtlich, insbesondere wenn man bedenkt, dass sich die Disziplin erst seit wenigen Jahren damit auseinandersetzt. Insofern ist der vorliegende Band auch als ein Startpunkt anzusehen – für weitergehende Studien eines in vielfacher Hinsicht ‚faszinierenden‘ kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeldes.

Literaturverzeichnis

- Brosius, H.-B. (2003): Aufgeregtheiten durch Technikfaszination. Trotzdem oder gerade deshalb: Die neue ist die alte Kommunikationswissenschaft. In: M. Löffelholz & T. Quandt (Hrsg.): *Die neue Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 43-48.
- DGPuK (Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft) (2001): *Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft. Herausforderungen für Kommunikations- und Medienwissenschaft als akademische Disziplin*. München: o.V.
- Luhmann, N. (1984): *Soziale Systeme*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Weber, M. (1922/1980): *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie* (5. Auflage, hrsg. von Johannes Winckelmann). Tübingen: J.C.B. Mohr.